

Jordi trilla: “Los anuncios que más éxito tienen son los que cuentan una historia relevante”

El lunes 11 de marzo, en el salón de actos del Institut Els Alfacs nos comunicamos mediante videollamada con el publicista Jordi Trilla y aunque hubieron ciertos problemas a la hora de realizarla al final se pudo realizar y logramos resolver nuestras dudas.

¿En lo que estás trabajando es lo que querías hacer de pequeño?

Quería ser misionero porque quería ayudar a gente que lo necesitaba por todo el mundo, pero al cabo del tiempo noté las dificultades de eso.

¿Cuánto facturan en su empresa ?

18 millones de euros al año, aproximadamente

¿Qué tipos de publicistas hay?

Hay varios tipos, uno es el que se esfuerza y es muy creativo y luego está el que solo trabaja para cobrar. Para ser publicista tienes que estudiar y tener la mente abierta, hace falta trayectoria, trabajar mucho y talento.

¿Ha habido alguna vez que te hayas quedado sin ideas para publicar?

No, a veces sale a la primera y en otras hay que re TRABAJARLO.

¿En qué piensas generalmente cuando tienes que crear un anuncio?

Siempre partimos de *briefing*, análisis de la competencia.

¿Qué tipo de anuncios son los que más éxito tienen?

Aquellos que cuentan una historia relevante para todos los públicos.

¿Cuál es la campaña donde has tenido más libertad de creación?

En la mayoría, pero aquellas que tienen un trasfondo social y que conectan con los derechos civiles me gustan más